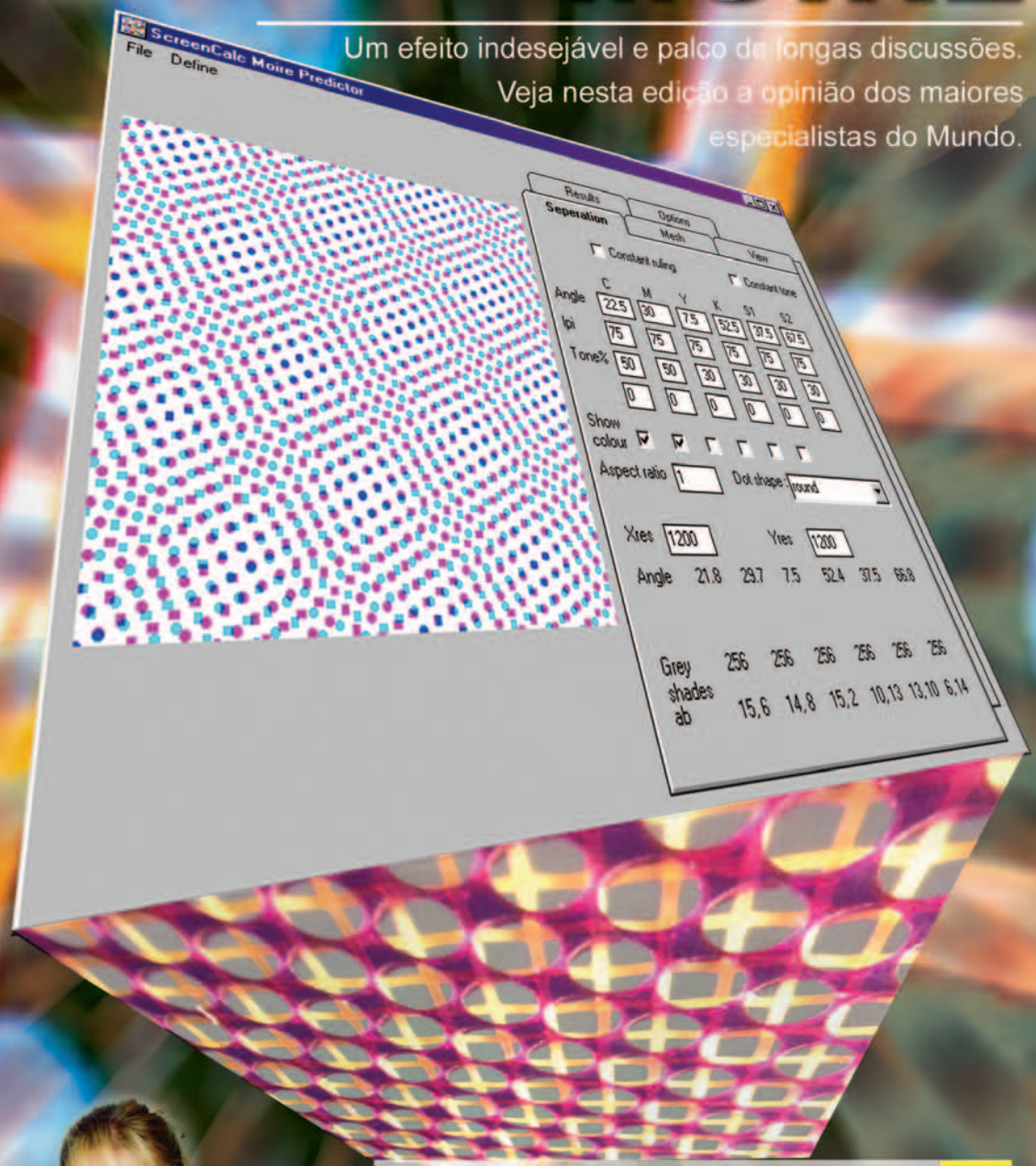
www.empresarioserigrafico.com.br

Revista Empresário Serigráfico
Ano V nº 22 - Jan/Fev. 2004 - R$ 10,00

CONEXÃO BRASIL PORTUGAL

MOIRÉ

Um efeito indesejável e palco de longas discussões. Veja nesta edição a opinião dos maiores especialistas do Mundo.





Moda 18
Serigrafia desfila na São Paulo Fashion Week. Confira a entrevista exclusiva com o estilista Eduardo Suppes

Digital 38
Novo CorelDRAW 12 chega ao mercado em Março com novidades em termos de ferramentas dinâmicas.

Editorial

Enfim, termina o carnaval e 2004 começa!
Já sabemos que o ano será de muito trabalho, tendo em vista o atual cenário econômico do país. Já tivemos Cofins (Contrubição para o Financiamento da Seguridade Social), aumento das taxas de luz, telefone, matéria-prima, insumos e, por fim, o impacto do novo salário-mínimo a partir de Abril deste ano. Bem, ao menos já sabemos com que armas iremos enfretar o ano e mais uma vez, sairão na frente os que melhor tiverem informados. Com tantos aumentos, o empresário aperta ainda mais o cinto de segurança e passa a ter de administrar todos os detalhes da empresa. Na minha opinião, isto tem um lado positivo que reune a criatividade do espírito empreendedor e a necessidade de começar a usar ferramentas que antes eram meros jargões expressos em lindos discursos. Isto significa que a empresa não irá sobreviver sem um bom planejamento financeiro e busca constantemente por novos comportamentos. A empresa precisa buscar maior agilidade no atendimento dos clientes (prazo x produtividade), redução no índice de desperdício (1,5% no caso dos materiais promocionais) e na tomada de decisões que visam investimentos para ir até o cliente ou Prospect. Isto também inclui o investimento em treinamentos e contratação de serviços especializados, como é o caso de consultorias. Nesta edição inclusive, podemos acompanhar muitas ricas informações trazidas pelos meus amigos consultores. Todos renomados e conhecidos internacionalmente. Tenho certeza que estamos reunindo o que há de melhor em termos de informação serigráfica. Com relação ao tema Moiré, esta edição irá acrescentar e muito o kwon-how da sua empresa.



Não deixe de ler também as novidades, estratégias e tendências para o ano que está começando.

Até a próxima edição!

Marco Marcelino - Diretor Editorial
mmarcelino@serinews.com.br

A Revista Empresário Serigráfico irá enviar um CD com todas as edições aos seus assinantes - 0800 773 7200

Cartas.....06
Notas.....08
Eagora.....12
Artigo (Cerâmica + Ubirajara)..14
SPFW.....16
Capa.....20
Mercado.....24
Artigo (Ary).....26
Gestão.....30
Eventos.....32
Serigrafia.org.....34
Digital.....36

Revista Empresário Serigráfico

Publicação Bimestral da
Serinews Editora

Diretor:
Marco Marcelino
mmarcelino@serinews.com.br

Jornalista Responsável:
Jorge Luiz Mussolin - Mtb 15.978
mussolin@serinews.com.br

Estagiária:
Andrea de O. Faustino - Jornalismo
andrea@serinews.com.br

Assistente Editorial:
Anelize Bizaroli
ane@serinews.com.br

Contato Comercial:
Adriano Lima
adriano@serinews.com.br

Pré- Impressão:
Class Fotolito e Assessoria Gráfica
classfot@terra.com.br

Assinatura Anual: R$ 60,00
Assinatura Internacional: US$ 50,00
(International Subscription)
Exemplar Avulso: R$ 10,00

Serinews Editora

Redação, publicidade, editoração e administração:
Rua Emília Marengo, 260 - Cj.123
Tatuapé - São Paulo - SP - Brasil
CEP: 03336-000
Fone/Fax: 11 6676-3457
www.serinews.com.br

Distribuição: Território Nacional e Internacional
Tiragem de 5.000 exemplares
(15.000 Leitores em média)

As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores, não refletindo necessariamente a opinião da editora. As fotos publicadas têm caráter de informação e ilustração das matérias. Os direitos das marcas são reservados aos seus titulares. As matérias aqui apresentadas podem ser reproduzidas mediante prévia consulta por escrito à Editora.
O não cumprimento dessa determinação sujeitará o infrator as penalidades previstas na Lei de Direitos Autorais. (Lei 9.610/98).

Notas

Software para controle de Moiré



O Screen Printing Technology Group (SPTG) foi criado através dos resultados de projetos de parcerias de outros centros de tecnologia como o Welsh Centre for Printing and Coating e tem o objetivo de desenvolver pesquisas para o melhoramento e profissionalização da área.
Esse grupo é formado por pesquisadores graduados e ainda inclui um comitê de membros da área industrial.
Toda essa comissão desenvolve as pesquisas nas cinco áreas aplicativas que englobam o desenvolvimento de softwares como o ScreenCalc 3. Esse software calcula a apresentação de moiré através do controle manual sobre todos os parâmetros da impressão, como a pressão do rodo e a intensidade das cores. Essa ferramenta analisa a foto e apresenta solução de problemas, além de padrões ideais para cada caso. No endereço do Centro na Internet é possível fazer um download de uma versão demo do programa. O software custa aproximadamente R$ 3.500. Visite: http://www.swan.ac.uk/printing/STG/SPTG/screencalc.htm

Certificação ISO 9000:2000

A Fimor, empresa francesa fabricante de poliuretano utilizado por muitos brasileiros, ganhou o certificado ISO 9000:2000 na versão Gerência de Qualidade. Ela já possui a versão ISO 9002 e a certificação alemã TÜV.

Nova Impressora para Objetos Cilíndricos

A Deco Technology, EUA, está lançando a ISIMAT´s 2015 ZK, uma impressora automática desenvolvida para imprimir garrafas e outros objetos cilíndricos ou cônicos. Informações: www.decotechgroup.com

Parceria entre Moss e Omso não sai

No final do ano, surgiram algumas afirmações de que duas significativas fabricantes mundiais de máquinas para frascaria estariam se unindo. Entretanto, o acordo não foi confirmado. No Brasil, as máquinas Moss continuam sendo representadas pela Serimatic. Informações: 11 5641-5575.

Eastman Vende Accurate Dispersions À Sherwin-Williams

A Eastman Chemical Company anunciou a venda da linha de produtos corantes Accurate Dispersions e seus bens ativos à Sherwin-Williams Company. Ela foi considerada um passo importante na estratégia da Eastman para melhorar o desempenho dos segmentos de revestimentos, adesivos, polímeros especiais e tintas, para Brian Ferguson, presidente e principal chefe executivo da empresa. www.eastman.com.br

CARTAS

Escreva para a Revista
Empresário Serigráfico
contato@empresarioserigrafico.com.br

Quero registrar a minha satisfação em ser assinante desta conceituada revista que prontamente ajuda a nossa empresa com informações confiáveis e uma completa assessoria via telefone e e-mail. Sempre reclamamos quando falta algumas coisas em nosso setor, mas creio que também devamos bater palmas quando encontramos profissionalismo em nossos caminhos. Parabéns a todos vocês da Revista!

Gilberto P. Souza
Rio de Janeiro - RJ

Nós, da Sign Supply, estamos a procura de técnicos especializados para suporte de equipamentos. Aguardamos contatos no telefone: 11 3871-1133 ramal 228.

Rafael Alvarez Pereira
Departamento de Marketing

Meu nome é Raul, da empresa Divultec, trabalho com impressão em UV e minha especialidade é CD´s. Vivemos em um país onde só se consegue tecnologia, através de muito custo.
Temos um potencial de consumo, talvez um dos maiores do mundo, mas estamos amarrados a um sistema econômico, onde quem produz é penalizado através de juros altos, impostos por todos os lados e, quando se projeta alguma tecnologia de ponta, não existe financiamento, encontramos tecnocratas bancário sem visão nenhuma de mercado, sem falar nos juros que são um dos mais altos do mundo. Agora querem abrir as fronteiras de nosso país através da Alca, *como vamos competir? Com nossas leis trabalhistas do tempo de Getúlio Vargas, como vamos ter preços competitivos? Com uma carga tributária que onera ecessivamente a produção?*

Erramos
Em nossa última edição, publicamos uma nota sobre suprimentos para Processo UV da UVPS, empresa americana que acabara de lançar o catálogo 2004 e 2005. Erradamente afirmamos que a empresa não possuia representante no Brasil, fato este que nos foi corrigido prontamente pela Grupar Química e checado junto a empresa, nos Estados Unidos.
Desta forma, gostaríamos de pedir desculpas aos nossos leitores. Para conhecer os produtos da UVPS, você pode contatar a Grupar através do telefone: 11 5096 5433 ou pelo site www.grupar.com.br

Notas

Vinitex Muda Base Operacional

No final do ano, a Vulcan Materiais Plásticos assumiu a base operacional da Vinitex, empresa paulista de vinis plásticos. A Vulcan é fabricante carioca de filmes laminados para PVC. Essa união irá otimizar os processos de tecnologia e aumentar o parque industrial da Vinitex. Suas fábricas continuarão no interior de São Paulo e suas atividades continuarão separadas da Vulcan. Informações: www.vinitex.com.br



Sericol Recebe ISO 9001

A Sericol recebeu recentemente da certificadora BVQI (Bureau Veritas Quality International) o certificado ISO 9001: 2000. Segundo Fernando Carillo, diretor da multinacional no Brasil, a busca por padrões de excelência é um desafio para muitas empresas como a Sericol que, além de atitudes como esta, busca a satisfação e como maior prêmio o seu reconhecimento. "Talvez seja por isto que nossa empresa é tão focada em soluções e leva a sério o slogan: More than ink...Solutions". Informações: www.sericol.com

Nova Linha de Adesivos

A Avery Dennison Graphics Division North America expandiu sua linha de produtos e lançou o adesivo HiTack com tecnologia permanente. Todos são calandrados e feitos em vinil. Tem adesão em várias superfícies e características de longa duração. São as linhas: XL 1000 HT (opaco), MX 3200 HT (flexível), e MX 4001 HT (branco). São indicados para uso externo e têm durabilidade de cinco anos, podendo ser aplicados em automóveis e barcos e ter contato com água e gasolina. Informações: www.averygraphics.com

Marabu tem novo representante no Brasil

No ano passado, a Marabu, Alemanha, começou a se dedicar mais a América Latina e está trazendo ao país o Centro de Apoio Técnico que irá assistenciar às empresas além de oferecer cursos e seminários. A empresa que anunciou estas informações está reorganizando sua estrutura no Brasil. A MaraColor (11 4033 5355) será a nova representante. Ela terá depósitos de tinta em São Paulo e também em sua filial na Zona Franca de Manaus.

Já a Jotadê (11 4193-5360), que antes representava a empresa alemã, pronunciou-se através de sua diretoria, no fechamento desta edição, de que ainda não há confirmações e que as decisões serão tomadas com base no melhor custo-benefício para os seus clientes.

PhotoPro realiza Photoshop Conference

O site PhotoPro.com.br e a Revista Desktop estão anunciando mais um projeto inédito na área da aplicação profissional do programa Photoshop no Brasil. O Photoshop Conference, que tem data prevista para acontecer entre os dias 30 de março a 1° de abril, no Centro de Conveções ITM, em São Paulo, terá como principal patrocinador a Adobe Systems do Brasil. Informações: www.photopro.com.br

Venda de HP5000PS com um 1,5 m de largura

Quem está a procura de uma impressora digital semi-nova, pode entrar em contato a PHB Surya, empresa de São Paulo, através do telefone 11 3751 4865. O equipamento tem pouco uso, segundo Paulo Bento, diretor da empresa, e ainda conta com garantia até agosto de 2004. A impressora dispõem de RIP interno. Há a possibilidade de instalar o kit UV para gerar fotolitos para serigrafia.

O valor da máquina é R$ 45.000 a vista ou R$ 20.000 de entrada mais a transferência do leasing de 20 parcelas de R$ 1.900,00.

Novo Canal De Vendas

Os conceitos internacionais sempre tiveram dificuldades para se adapatar aos costumes brasileiros. Entretanto, não há como negar a influência tecnológica que nos trouxe maravilhas como as tecnologia UV e Plastisol. Com base na filosofia de unir tecnologia internacional aos moldes brasileiros, eis que surge a CEMIK, uma distribuidora de materiais serigráficos e insumos para impressão digital. O lançamento entretanto ainda não foi oficializado, mas a nossa redação sai na frente com mais este furo de reportagem e antecipa a notícia para você, leitor. A distribuidora está fechando acordos para oferecer ao mercado um pacote que envolve equipamentos, insumos e serviços ao setores têxtil, promocional, industrial e comunicação visual. Há informações de que a empresa irá lançar com uma loja virtual e entrega programada. O site da empresa será www.cemik.com

Negociações Sobre o Museu Gráfico Avançam

No final do ano, Fábio Mortara, presidente da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG) e Manoel Manteigas de Oliveira, diretor da entidade e diretor da Escola Theobaldo de Nigris, Senai-SP, visitaram cinco organismos internacionais relacionados à área gráfica para coletar informações e buscar parcerias para a construção do Museu de Tecnologia, Comunicação e Artes Gráficas (MuG), que será pioneiro na América Latina. Entre outros países, eles visitaram a França e o Japão. Ambos se interessaram muito pela proposta brasileira e ofereceram apoio. Em reunião com o Secretário de Ciência, Tecnologia, Desenvolvimento Econômico e Turismo do Estado de São Paulo, João Carlos de Souza Meireles, os dirigentes do setor pediram apoio para a instalação no Brasil. O Secretário afirmou que estudará a possibilidade do Estado fornecer o local para a instalação do museu.

Notas

"O Câncer de Mama no Alvo da Moda"

Em 2000, a São Paulo Fashion Week firmou parceria com a Campanha Contra o Câncer de Mama e a cada estação, um estilista diferente cria um modelo de camisetas para a edição especial do desfile.

Parte da renda das camisetas são revertidas ao Instituto Brasileiro do Controle do Câncer (IBCC). O objetivo é a conscientização da importância da prevenção da doença e arrecadação de recursos para melhoria de infra-estrutura do Instituto, que atende 150 mil pacientes por ano.



Campanha conta com a apresentadora Xuxa

A campanha brasileira se tornou referência internacional. Já a original, americana, foi criada pelo Concil of Fashion Designers of America (CFDA), o famoso alvo foi criado por Ralph Lauren. Neste ano, essa parceria lançou uma edição especial de camisetas assinadas por Valdemar Iódice. A apresentadora Xuxa foi convidada para as fotos oficiais de divulgação.

A camiseta é decotada com alças e com o alvo estampado na altura da cintura, que tem seu centro vazado. Metade pode ser visto pela parte da frente e a outra metade, nas costas. O preço é R$ 59,90 e, deste valor, R$ 7,20 são doados para o IBCC. As camisetas podem ser encontradas nas Hering Store.

SGIA Européia

Foi confirmada a data para a SGIA na Europa! Será entre os dias 26 e 28 de Agosto, em Amsterdã. O foco da feira desse ano será grandes formatos, incluindo impressão digital. Mas, claro, com presença garantida da velha e boa serigrafia. Ainda, irá contar com palestras e discussões sobre os temas e problemas da área. Um grupo de empresários brasileiros está sendo formado para visitar a primeira edição da feira na Europa. Informações: info@serigrafia.org

Carrinho que facilitam o Dia-a-Dia

A Nilmar, empresa catarinense de equipamentos para serigrafia, fabrica o carrinho porta-quadros construído em carbono 1020, com capacidade para armazenar até 13 quadros de tamanhos diferentes, seu encaixe é em formato U. Ele possui quatro rodízios de roda para locomoção em qualquer direção. Suas dimensões são: 0,70 m x 0,80 m x 1,80 m. O carrinho custa R$ 519,00 e a empresa o parcela em até três vezes. Informações: 47 276 1510.

Onda de Rádios On-line

O U.S. Screen Printing Institute, EUA, Arizona, anunciou a T - shirt Printers Radio T (T - RAD), uma rádio especializada em decoração de camisetas com dicas, entrevistas, produtos, um programa semanal com as novidades do mercado e, até, músicas e diversão para o trabalho. A rádio também possui uma versão em espanhol. Informações: www.screenprinters.net

No Brasil, a Revista Empresário Serigráfico já iniciou alguns testes programados para serem ouvidos pela Internet e disponível para os seus assinantes. Ainda, Bill Hood, especialista em Serigrafia, criou a Screen Printer Radio, uma estação on-line com programas especializados. Há dez anos no ar, Bill tem um site que também traz notícias da indústria, entrevistas, produtos, treinamentos e seminários on-line, dicas, artigos, calendário de eventos, notícias e mais. Recentemente Bill Hood e Marco Marcelino, diretor da Revista Empresário Serigráfico, firmaram parceria para o intercâmbio de informações. Anote o endereço: www.solutionsjournal.com

Suporte técnico aos clientes

Focada na fabricação de tintas para o setor têxtil, a Texpal tem ampliado a sua atuação com um serviço de atendimento aos clientes diferenciado. A empresa tem hoje uma infra-estrutura formada por equipamentos Machintosh e softwares de separação de cores capazes de simular os resultados de impressão. Alguns clientes usam esta estrutura para desenvolver novas coleções e alguns trabalhos chegam até a ganhar prêmios internacionais. Além disso, a empresa dispõem de um SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente) formatado por uma profissional formada na área Química, podendo efetivamente atender questões complexas e eventuais dúvidas de clientes. Em complemento ao serviço prestado pela empresa, está o Centro de Tecnologia que há três anos tem prestado treinamentos específicos com o objetivo de lançar novas estampas com o uso de novas tecnologias (na foto, efeito de gel transparente em relevo aplicado sobre uma base colorida do mesmo desenho). Nesse mesmo local de treinamento, a empresa realiza ensaio de novos produtos, elabora processos e presta auxílio às confecções brasileiras no desenvolvimento de novas coleções. Informações: www.texpal.com.br



Empresa Catarinense Investe em Busdoor 3D



A Açãofixa, empresa de propaganda em ônibus de Santa Catarina, firmou uma parceria com a Dub Comunicação, também do estado, e iniciou a campanha da loja infantil Ai Bai Bia. Ao lado, Luciana Rangel, da Açãofixa e Giancarlo Meneghini, da Dub Comunicação em frente ao ônibus com o busdoor 3D. Informações: www.acaofixa.com.br

Polícia do Rio de Janeiro Apreende Outdoors Irregulares

Em Dezembro, os Fiscais de Posturas da Prefeitura de Niterói fizeram uma varredura em três bairros da cidade para retirar painéis irregulares. Foram apreendidos 15 outdoors e, segundo os cálculos da prefeitura, somente a cidade de Niterói deve possuir mais de 150 peças irregulares, todas sofrerão as mesmas punições.

LMG Aumenta o Parque Gráfico

A LMG, especializada em impressão digital em médios e grandes formatos, anunciou ao mercado a aquisição de dois equipamentos da Scitex Vision, a impressora Turbojet, já publicada na edição 21 da Revista Empresário Serigráfico.

Com essas aquisições, a empresa passou a ter o maior parque gráfico da América do Sul em impressão digital em grandes formatos. A empresa já possuia quatro equipamentos Scitex e adquiriram mais dois, sendo os primeiros em gigantografia, segundo a Alphaprint, revenda da Scitex no Brasil. Informações: www.lmgdigital.com.br

Alagoas Caça Peças Instaladas Irregularmente

O Instituto do Meio Ambiente (IMA) e o Governo do Estado de Alagoas iniciaram no final do mês de Janeiro, uma operação de limpeza de peças instaladas irregularmente às margens da rodovia AL 101.

A área fiscalizada compreende o trecho entre o início da ponte Divaldo Suruagy e o Posto da Polícia Rodoviária Estadual, na entrada da praia do Francês, que integra a Área de Preservação Ambiental de Santa Rita (APA).

O trabalho de fiscalização já retirou mais de 100 placas e faixas, fundamentando-se na Lei 4.067, de 19 de dezembro de 1984 que proíbe a aposição em todo o trajeto da Reserva Santa Rita, sob a forma de placas, outdoors e qualquer outro material publicitário.



Quer pagar quanto? R$ 764,9 milhões!

Você gastaria 205% a mais em publicidade de um ano para outro? Ou melhor, gastaria R$ 764,9 milhões? Bem, esse foi o valor pago pelas Casas Bahia em mídia, no ano passado. Isso fez dela o maior anunciante de 2003, ultrapassando a Unilever e o Grupo Pão de Açúcar. Segundo pesquisa do Ibope Monitor, nove dos 30 maiores anunciantes, são empresas com foco no Varejo.

A pesquisa feita pelo Ibope Monitor indica os maiores investidores em mídias, todos os anos. Os dez primeiros que mais investiram foram: Casas Bahia, Unilever Brasil, Grupo Pão de Açucar, Fiat, General Motors, Ford, Tim Brasil, Volkswagen/Seat, Liderança e Ponto Frio, que investiu R$ 161.3 milhões.

Segundo opinião dos principais executivos de marketing dessas empresas, 2004 será um ano de novos investimentos e muito mais ações.

Destaque Com Ônibus

Consciente do alto impacto da mídia exterior, a TIM, além de patrocinar a Festa da Uva, que ocorre em Caxias do Sul, SC, está investindo em dois ônibus temáticos inteiramente envelopados com motivos da festa caxiense, para marcar, ainda mais a sua presença no evento.

Os ônibus, que já estão circulando pela cidade, foram encomendados através da Sinergy Novas Mídias, empresa especialista no desenvolvimento de estratégias diferenciadas em mídia exterior.A criação do layout é da agência Paim Comunicação.

Nautidoor Fecha Ambev Para Carnaval

Já está navegando pela Bahia de Todos os Santos a nova campanha da Brahma para o Carnaval de 2004. A empresa fechou o contrato com a Nautidoor para o envelopamento do Ferry Boat "Rio Paraguaçú" que veiculará a campanha durante todo o mês de Fevereiro. O contrato com a AMBEV fortalece o segmento da publicidade naútica e o coloca com uma forte opção para as campanhas de mídia exterior.

Responsabilidade Social

A Cartaxi Publicidade em Táxis veiculou, pelo segundo ano consecutivo, a Campanha Contra a Fome, Miséria e pela Vida, idealizada pelo Betinho.

A empresa reconhece o poder da mídia em táxis e decidiu usá-la solidariamente, com o objetivo de ampliar a arrecadação de alimentos. Ela faz campanhas de cunho social há quatro anos. Informações: 11 3338 0442.



Artigo



"Pozzani 70 anos"

A Pozzani, empresa de porcelanas, artefatos cerâmicos e velas para filtros, acaba de completar 70 anos. A empresa familiar foi vendida em Dezembro de 2002 a um grupo de investidores composto por 80% de capital nacional e 20% estrangeiro e mudou a razão social e o nome fantasia para IBAC S/A Indústria Brasileira de Artefatos Cerâmicos e Pozzani Cor & Design, respectivamente.

Atualmente, a empresa passa por uma fase de investimento na área Serigráfica com estimativa de produzir até cinco milhões de peças em 2004. Em 2003, a empresa de Jundiaí, SP, teve faturamento de R$ 38 milhões e a expectativa para 2004 é R$ 52 milhões. "A capacidade produtiva atual é três milhões de peças por mês, sendo de 50% a 60%, peças decoradas por serigrafia", comenta Karla Crivellaro, diretora de Marketing.

Além das decorações para as coleções de autoria da própria empresa, há também um departamento promocional (entitulado de Institucional). Esses são produtos personalizados por logomarcas e com foco corporativo em pequenas, méldias e grandes empresas como a Nestlé. "Hoje produzimos quantidades mínimas de 200 peças", finaliza Karla.

Segundo Luciane Rodrigues, técnica de serigrafia (a direita na foto), é preciso estar atento aos modos de preparação tonal nas porcelanas, haja vista que as cores mudam após a queima. "Nós trabalhamos com sistema cores de Pantone, 95% delas têm possibilidade de serem atingidas", diz.

A Pozzani utiliza uma média de 10 a 15 quilos de tinta por mês e uma média de três gramas de tinta para cada cor do desenho (os desenhos possuem de quatro a cinco cores). Costuma trabalhar com as produtoras Johnson Matthey, Ferro Enamel e Heraeus. Utiliza tintas em pó misturadas com um veículo oleoso especial para porcelana.

"Trabalhamos com bureau de fotolito e serviços de esticagem de matrizes tercerizadas. O restante é feito internamente a partir de controles de processos, temos três máquinas manuais e três semi-automáticas da Otiam e Larese. Temos, inclusive, um forno de queima que realiza análises prévias antes da produção" comenta Luciane. Ainda, a empresa é licenciada para trabalhar com as peças do Dismilinguido (aquela formiguinha religiosa) e as peças da WWF. Informações: www.pozzani.com.br

"...ômetro"

Tensiômetro, Dinamômetro, Espectrofotômetro, Durômetro, Radiômetro, Grindômetro, Viscosímetro e outros mais, onde vamos parar com tantos "ômetros"?

A resposta é simples! Não vamos parar, a tecnologia anda a passos largos e apressados, ou melhor, correndo para alcançar qualidade, aumentar a produtividade e reduzir os custos.

No passado, a serigrafia conviveu e até cresceu sem estes instrumentos, mas atualmente tornou-se quase impossível e pode representar um risco imensurável trabalhar com tinta UV, por exemplo, sem que se tenha um radiômetro.

É verdade que muitos destes instrumentos podem ser driblados pela criatividade porque ela é e será sempre a mais importante ferramenta que uma empresa deva possuir, mas mesmo ela, às vezes, fica limitada diante de tantas novidades que surgem na serigrafia.

Das 2.400 combinações de variáveis, como comentei num outro artigo, pelo menos 2.380 não são e, dificilmente, serão controladas pela maioria das empresas serigráficas do Brasil e do mundo.

É preciso estar de olho na variável mais importante de todas: "a especificação do produto do seu cliente", esta sim é uma variável que não pode fugir do controle.

Foque seus esforços em detectar qual variável que afeta a qualidade exigida pelos seus clientes e, a partir daí, implante métodos de controle que assegure não só a qualidade, mas também a aquisição de determinados instrumentos de medição.

Muitas das variáveis da serigrafia podem se transformar em recursos para corrigir problemas na produção, então, ***"controle as variáveis necessárias e faça das demais, uma ferramenta de trabalho, não mais um ou diversos obstáculos".***

Ubirajara Souza Silva
Consultor Serigráfico
bira.ss@terra.com.br

Ponto Focal na SPFW



Angelita Feijó

A Ponto Focal firmou Parceria junto ao Programa Carência Zero, que foi desenvolvido através da iniciativa da ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil) e a ONG Apoio Fome Zero, presidida pela primeira-dama Marisa Letícia Lula da Silva. Esse programa foi criado para ajudar a população de baixa renda com programas como o Primeiro Emprego, que dá oportunidade de trabalho na cadeia têxtil à juventude. Ainda, incentiva a inclusão social e a formação de cooperativas de coleta de reciclagem.



Gustavo Borges e Ricardo Almeida

Essas ações são sustentadas pela venda das camisetas, das quais parte da renda é destina ao programa. Elas são vendidas nas lojas mais conhecidas e nas marcas participantes, como a Rosa Chá e a M. Officer.

A Ponto Focal, empresa atuante no setor promocional de banners e camisetas, também participa do projeto desde Novembro do ano passado. Ela é responsável pelo desenvolvimento da modelagem e impressão das peças, que são divididas em linha masculina e feminina.

Segundo Carlos Cortegoso, diretor da Ponto Focal, as camisetas são confeccionadas com fios 50% algodão e 50% poliéster, material que é tirado da reciclagem da fibra das garrafas de refrigerante Pet. “Para cada peça, são usadas duas garrafas”, comenta.

O programa está promovendo desfiles que reune artistas, estilistas e personalidades em prol do sucesso do projeto. A estimativa de venda é de um milhão de camisetas por ano.

O preço delas é R$ 29,90, sendo que R$ 5,00 são destinados a campanha. Outras informações direto no site da Abit (www.abit.org.br).



NBA No Brasil

A liga conhecida no mundo agora volta ao Brasil com pique total.

Relançada e licenciada pela empresa Imagine Action, a NBA voltou ao Brasil em Fevereiro de 2002 com o objetivo de colocá-la mais próxima de seu público, potencial no Brasil, principalmente produção e consumo.

Segundo Malú Moreira, Diretora de Negócios Internacionais e Marketing, a liga mais importante veio porque está fazendo um projeto para se internacionalizar, principalmente em países com grande interesse pelo esporte.

Para fazer suas estampas, o clima tropical e os costumes do país são levados em consideração. Porém, tudo é autorizado e supervisionado pela central americana, em Miami. Ainda que muitas sejam parecidas com as americanas, a equipe de design escolhe o tema e o desenho dentro das tendências brasileiras. Além da estampa direta através de telas, a empre-sa também utiliza transfers e afirma: “Para conseguir a licen-ça para estampar, é necessário qualidade e idoneidade da empresa, além de boa estrutura de produção”, diz Regina Shalmers, estilista.

Elas são estampadas em quantidades restritas, dependendo do volume de vendas de cada uma. Segundo a empresa paulista Filon, uma das estamparias licenciadas, a NBA americana envia as referências de cores Pantone, são desenvolvidas e retornam para a matriz aprovar.

A NBA é a maior liga de basquete do mundo com jogadores de vários países, incluindo o Brasil, com três jogadores: Nenê Hilário, que joga no Denver Nuggets, Leandrinho Barbosa, que está no Phoenix Suns e Alex Garcia, San Antonio Spurs; os três atuam na liga como titulares.

O site da NBA no Brasil é : www.nba.com/brasil



Moda

Serigrafia Desfila NA.SÃO.PAULO FASHION WEEK



Um das estampas lançadas na SPFW, com desenho de músculos, tema de seu desfile.

A décima sexta edição do São Paulo Fashion Week (SPFW) foi realizada entre 28 de Janeiro e 03 de Fevereiro e celebrou os 450 anos da cidade de São Paulo com a moda inverno 2004. Certamente, esta será uma temporada de muito preto e cores fortes. O uso do marrom retorna e o verde em diversos tons é uma das grandes apostas.

Ao todo, foram 43 desfiles, todos acompanhados por nossa equipe, que esteve atenta aos detalhes estampados. Dentre os sucessos apresentados no evento, entrevistamos o estilista mineiro Eduardo Suppes que veio para o inverno 2004 mais básico e clássico, numa coleção que tinha o corpo humano ou a obsessão pela boa forma como tema central. Com um pé no estilo rock e outro no punk, Suppes apresentou-se pela terceira vez na SPFW com sua coleção contendo estampas com borboletas, rosas (foto ao lado), além de outros designs.

Segundo ele, 35% de sua coleção são tecidos estampados, "É a fatia mais importante da coleção".

Por coleção, Eduardo lança de três a quatro estampas e por ano, lança duas coleções no verão e uma no inverno. Nesta edição do SPFW, a coleção foi batizada com o tema "Dismorfia". O estilista revela ter brincado de reconstruir o corpo perfeito a base de lingeries modeladoras que aparecem incrementadas com cristais. Na estamparia vermelha, o corpo é representado pelo desenho de músculos (foto a esquerda).

Um bom momento para o mercado brasileiro

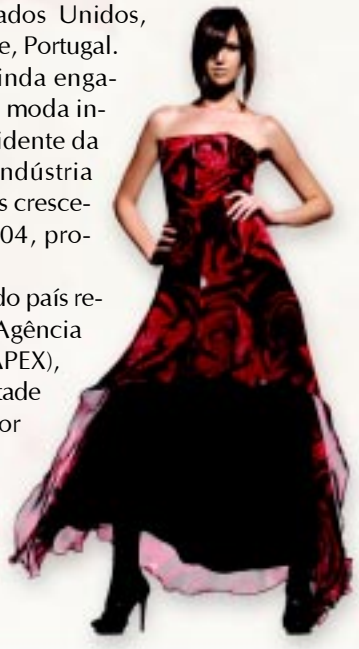
Quando questionado sobre o estágio atual do processo serigráfico e sua interferência durante o processo de criação, o estilista demonstra tranqüilidade e domínio sobre o processo. "Normalmente eu não tenho dificuldades com a serigrafia. A cada coleção lançamos novas estampas e exploro bem as muitas opções que o processo serigráfico oferece. A moda não exige nada de ninguém, a função do estilista é inovar", diz.

A relação entre ele e as estamparias é direta e a criação de uma estampa dura, em média, 45 dias entre desenhar, mandar para a estamparia e aprovar as cores e os demais detalhes, como profundidade. "Eu trabalho em São Paulo, com a Átimo Tecidos e em Belo Horizonte com as estamparias TDA e Sete Céus", comenta.

Ele afirma que trabalha com as mesmas empresas porque já conhece o trabalho e elas oferecem qualidade, informação, critério e pontualidade na entrega das estampas. Além disso, acha que a indústria brasileira está em perfeita harmonia, ele já conseguiu criar estampas de até 12 cores.

O estilista tem boas expectativas para 2004. Está abrindo uma loja em São Paulo e tem exportado seus modelos para Espanha, Estados Unidos, França, Canadá e, futuramente, Portugal. Embora a moda brasileira ainda engatinhe em comparação com a moda internacional, segundo o presidente da Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT), Paulo Skaff, elas cresceram 40% em 2003, e em 2004, promete crescer ainda mais.

As marcas que desfilam fora do país recebem apoio do governo. A Agência de Promoção à Exportação (APEX), se comprometeu a bancar metade dos custos de seus desfiles por dois anos. Ela é a mesma que também tem parceria firmada com a Abigraf para a exportação dos produtos gráficos brasileiros.





INTERPRETANDO O MOIRÉ

A convite da Revista Empresário Serigráfico, Mark A. Coudray, um dos maiores especialistas mundiais em serigrafia, escreve a matéria de capa desta edição e conta como devemos interpretar o moiré e na sequência, a opinião de André Peyskens e Marcelo Serra. Acompanhe!

Profissionais de serigrafia sabem que o moiré pode ser causado por dezenas de motivos diferentes. Minha opinião é que teremos moiré sempre que usarmos a estrutura atual das telas serigráficas e os sistemas atuais para formação de imagem. Esse é um problema sempre presente que aparece e desaparece com as mudanças nas variáveis do processo. Tudo que podemos fazer é reduzir a probabilidade de aparecimento do moiré eliminando o maior número de variáveis. Isso significa controlar o processo o máximo possível e aprender a tratar toda e cada tela fotografada como um caso único.
Documentar os tipos de moiré e suas eventuais causas é a única esperança para gerenciar este desafio. Para lineaturas baixas (menos de 33 linhas por cm) isso é atingível, com certeza. Para pontos menores isso se torna mais imprevisível. De fato, tabelas genéricas, gráficos e dicas de relações numéricas, usadas para prever o aparecimento de moiré irão falhar na mesma proporção em que os pontos diminuem. Isto traz frustração ao técnico de impressão e pré-impressão e leva a um debate crescente sobre quem é o culpado.
É um ponto crítico em que todas as partes envolvidas na produção serigráfica levam em conta as recomendações gerais, inclusive as recomendações mais específicas, como ângulos, retículas, relação entre a contagem dos fios e retículas e, a partir daí, tudo isso pode ser usado como uma combinação entre lineaturas, limites tonais, contagem de fios da tela, e até o vácuo e a exposição.
Não há soluções universais. Reduzir as variáveis e manter um conjunto consistente de procedimentos de operação irão minimizar bastante as suas probabilidades de gerar o moiré. Gostaria de apresentar aqui uma série de métodos de observação para determiná-lo. Mas, na prática sabemos que é difícil identificar o tipo de moiré. Algumas maneiras são óbvias, outras nem tanto.

Examinando a Tela

A consideração principal para determinação de moiré é o contraste e a iluminação. O contraste é a diferença entre a cor da emulsão e o tecido da tela. Isso pode ser um problema porque a melhor opção para examinar a tela é exatamente o contrário do que a maioria serígrafos fazem. Emulsões transparentes ou com coloração clara permitem fazer o registro mais fácil e rapidamente. Em compensação, emulsões azul escuras, verdes ou violetas permitem uma visualização rápida de possíveis problemas de moiré, mas requerem um tempo maior de exposição e são mais difíceis para registrar por serem mais opacas. Quanto maior for o número de retículas para conseguir prever o moiré observando a tela, melhor contar com um maior contraste.

O melhor contraste possível é obtido com emulsão de cor complementar a do tecido serigráfico. Emulsão violeta é o caso para telas amarelas e emulsão azul é o caso para telas de cor laranja.
Dependendo do volume de matrizes e do número de fios da malha produzidos, é conveniente ter emulsões com duas pigmentações diferentes, uma mais escura para retículas mais finas e outra mais clara para trabalhos menos críticos. A necessidade de maior exposição das emulsões mais escuras é compensada pela redução de problemas na hora de imprimir. Esse tipo de análise da tela vem se tornando menos problemático na medida em que os serígrafos estão passando a utilizar sistemas de pré-registro com pinos, que não requerem a visualização através da tela.
Os níveis de iluminação e condições de observação também são importantes. Quanto maior contraste tivermos, mais fácil será observar os padrões de moiré. Uma luz difusa pode ser colocada aproximadamente de 2 a 3 m, diretamente atrás da tela. É importante fazer esta observação quando a tela já estiver seca, principalmente nas áreas claras da imagem, uma das mais propensas ao aparecimento de moiré. A luz deve ser amarela para ajudar a aumentar o contraste com a emulsão.

Dica: Você pode ainda aumentar o contraste observando através de um filtro fotográfico amarelo Wratten #8 (Nomenclatura da Kodak para filtros de gelatina).
Um bom começo é utilizar iluminação difusa de 40 a 100 watts. Os painéis de observação de transparências utilizados em escritório são excelentes para este propósito. Estes vêm fornecidos com dois ou quatro tubos fluorescentes. Use dois tubos e instale lâmpadas fluorescentes amarelas.

Qualquer avaliação da imagem requer dois passos

1) Determinar o moiré generalizado - Se estiver bem evidente e bem marcado na imagem, as chances de que apareça na impressão também são grandes. Se ele estiver aparecendo levemente, torna-se necessário decidir pela experiência, porque pode aparecer ou não no impresso. Discu-

tiremos como decidir a questão do moiré leve mais tarde.

2) Observar a retícula na tela com uma lente de 10X - Este é um passo muito importante para determinar se um padrão de moiré vai aparecer inesperadamente na impressão. Lembre-se que o moiré aparece primeiro nas áreas claras e prossegue através das áreas de 25%, 50% e finalmente em toda a impressão. A observação com ampliação ajudará a determinar se há o eclipse dos pontos pelo fio do tecido ocorrendo das áreas claras até aquelas de 25%. Você deve procurar por pontos perfeitos, porém com áreas muito, mas muito pequenas adjacentes aos fios, claras e muito delgadas. Este é o ponto onde os impressores sofrem o mais alto grau de frustração. Após uma rápida olhada na tela, decidem que a imagem da retícula está OK, que a revelação abriu todos os detalhes, e mandam a tela para a produção. Não perceberam que pontos de retícula aparentemente claros estão parcialmente bloqueados (não é visível a olho nu), e não irão gerar imagem. A tinta não irá passar, sendo retida pelos fios e pelo resíduo de emulsão em vários dos pontos da retícula. O resultado é o aparecimento de moiré quando a tela parecia estar boa.

Para minimizar essa situação, é necessário ter espessura suficiente de emulsão sobre a malha (ESM). Quando as bordas da imagem na emulsão apresentam um "ombro" com a superfície do estêncil acima da superfície dos fios (lado externo da matriz), o estêncil funciona como uma gaxeta (borda de vedação). A tinta irá fluir para dentro da cavidade formada pelas paredes da emulsão e o ponto de retícula recobrar seu formato original. Se o estêncil estiver muito fino (menos de 6 micras de ESM), a função de gaxeta fica comprometida e pode surgir moiré.
Quando o moiré aparece na imagem da tela, a primeira coisa a fazer é medir a tensão na área da imagem na tela. É importante medir nas direções de urdume e da trama. A variação deve ser no máximo de mais ou menos de 2 N/cm do valor especificado. Preste atenção especial nos cantos da imagem, porque a tela varia mais nestes pontos do que no centro.

A seguir, examine o padrão do moiré. ele parece ficar limitado a determinado valor tonal ou faz uma transição entre diversos valores tonais? No primeiro caso, provavelmente se trata de um moiré localizado devido a variações de relações aritméticas. Procure por áreas de valor tonal igual em outras áreas da imagem para verificar se ocorreu o mesmo. Se não, trata-se de desalinhamento dos fios causado durante a esticagem da tela por uma distorção do quadro ou do equipamento esticador. Pode ocorrer em quadros muito grandes ou nos cantos. Tente refazer a tela para verificar se o moiré se repete.

Se o moiré avança através de diversos valores tonais, o problema será relativo a ângulos ou a alinhamento dos fios. Procure verificar se este moiré se localiza em uma área da tela específica. Os Padrões abrangem diversas faixas tonais, mas estão localizados em uma área da tela quase sempre são relacionados com alinhamento dos fios. O segredo é observar outras áreas da imagem com tonalidades similares procurando identificar o mesmo padrão. Para se certificar que os fios estão desalinhados, fotografe novamente a tela com a mesma imagem, porém girando a tela 180°.
Se o moiré aparecia no canto superior direito e agora aparece no canto inferior esquerdo, a tela está com problema de alinhamento dos fios devido a esticagem. O moiré localizado devido à variação de relações aritméticas é relativamente fácil de identificar. Fotografe uma imagem de teste com amostras de 5% a 100% com incrementos de 1%. Observe que o padrão de moiré formado muda ao longo das amostras tonais. Por exemplo, pode ocorrer um moiré formando raias na área de 30% e formando diamantes a 61%. Perceba que para cada lineatura, ângulo e porcentagem de tom, o moiré será diferente. Utilizando retículas convencionais, sempre haverá moiré em algum setor da gama tonal se a relação entre retícula e fios for menor do que 5 para 1 (por exemplo, tela 120/cm com retícula 26 lpc). Quanto mais elevada a lineatura, mais evidente se torna este problema. Para retículas acima de 47 lpc é praticamente impossível evitar o moiré localizado em certa faixa tonal.

O moiré global ou total é bem destrutivo para a qualidade, mas é o mais fácil de resolver. A natureza generalizada desta interferência é causada por bloqueio repetitivo excessivo dos orifícios do tecido serigráfico. No caso de relação entre lineatura e contagem de fios, qualquer coisa uniformemente divisível por 2 na primeira casa decimal (4,2; 3,4; etc.) é quase que uma garantia de obter moiré com certeza. Quanto menor a relação malha /retícula, maior a possibilidade de moiré. Conseguir imprimir retículas de 47 lpc é quase que pura tentativa e erro. A relação entre tela e retícula é a razão pela qual retículas finas são tão difíceis de lidar.

A solução para o moiré generalizado é mudar a tela, a lineatura ou o ângulo da retícula. Pode ser necessário mudar mais do que uma combinação. Não existe nada de absoluto ou definitivo sobre contagem de fios da tela e contagem da retícula. No caso da tela, a contagem pode variar com a tensão e no próprio processo de tecelagem. No caso da retícula, a contagem muda conforme a imagesetter gera os pontos em outros ângulos, ou conforme o software utilizado para gerar a retícula.
Seja em Postscript ou retículas de última geração EDG (Electronic Dot Generation), a lineatura real quase nunca é o valor exato especificado. É por isso que as tabelas publicadas com relações de telas para lineaturas não são confiáveis - assumimos que os valores que estamos usando são exatos e eles não são. Estas pequenas discrepâncias aritméticas causam grandes problemas quanto mais nos aproximamos de relações numéricas críticas. Ter os valores reais indefinidos é suficiente para ultrapassar os limites onde o moiré começa a aparecer.

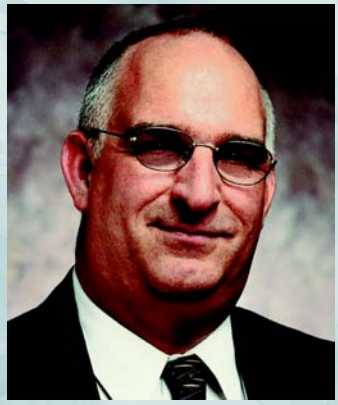
Experimentar com escalas tonais de ângulo específico, lineatura e diâmetros de fios requer testes e avaliação cuidadosos quanto a repetitividade. Não dá para chegar a uma conclusão através de um único teste. Tem que conseguir repetir resultados. Algumas combinações são tão próximas a condição de interferência que muito pequenas variações de ângulo, lado de emulsão do fotolito, lineatura, diâmetro de fio serigráfico. exposição, e revelação poderão colocar a relação numérica em padrões repetitivos causadores de moiré. Com pontos de retícula muito pequenos, a combinação da

interferência dos fios e da interferência pelo ângulo se torna muito, mas muito difícil de controlar. Para retículas finas, é recomendável usar a tela com o menor diâmetro de fio que possível. Embora esta tela seja mais frágil e tenha de trabalhar com menor tensão, pode ser a única solução para reduzir a interferência causada pelos fios.

Existe também uma relação entre diâmetro do fio, estabilidade, e tensão. Como a área aberta é maior nos tecidos de fios mais finos, é possível diminuir a tensão sem afetar de maneira adversa o fluxo ou o depósito de tinta. A chave é documentar cuidadosamente os testes e controlar para conseguir repetir resultados. É cada vez mais claro que nunca vamos eliminar o moiré localizado ou generalizado, enquanto utilizarmos a tela serigráfica convencional. Não importa se utilizarmos retículas convencionais ou estocásticas. A natureza regular dos fios e aberturas do tecido combinada com a geração de pontos de retícula (também numa grade) é uma situação ideal para a formação de moiré.

A relação real está sempre mudando, não há nada estável para uma previsão completa. Quanto mais padronizados forem as rotinas e procedimentos, maiores taxas de sucesso serão conseguidas. Nunca será perfeito, apenas melhor.

O leitor tem agora uma boa idéia sobre o que causa o moiré, o que observar, e alguns passos para evitá-lo. Se isto representar a eliminação de 50% dos problemas na impressora, eu vou considerar bem sucedido.

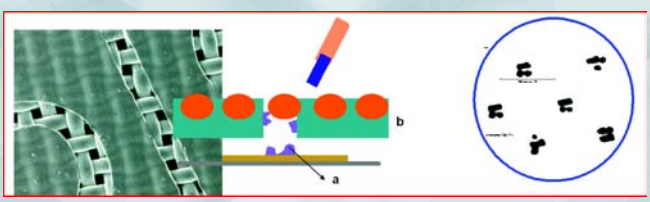


Mark A. Coudray
Consultor Internacional na Área de Serigrafia - coudray@coudray.com

"Como lidar com problemas de "moiré"

Nos últimos anos, houve importantes melhorias na performance de produtos para pré-impressão e a automação. Entretanto, a impressão reticulada continua tendo algo de tentativa-e-erro para muitos e destes, nem todos são novatos. Os problemas mais freqüentes se referem à reprodução tonal, estabilidade da impressão e contraste.

Imprimir retículas cria um problema adicional para o serígrafo comparando com a impressão de traço. Retículas podem ser vistas como um trabalho de traço quebrado em segmentos formando um padrão de pontos. O problema da reprodução reticulada é que o impressor tem que lidar com "linhas muito finas e curtas" muito próximas umas das outras, os pontos.
Se cada um destes não for uma reprodução perfeita do ponto que está no original, então teremos freqüentemente diversos tipos de defeitos associados não somente à reprodução tonal, mas também à incidência de moiré. Uma boa forma de encarar a impressão reticulada é pensar nos pontos como pequenas imagens de traço e, então, processar a matriz conforme as normas e procedimentos recomendados.
O moiré surge como um problema na serigrafia porque a tinta tem que fluir através de um material relativamente espesso que sustenta a imagem para produzir a impressão, o tecido serigráfico. A espessura dos tecidos para impressão reticulada vão de 43 a 56 micra (milésimo do milímetro).
Além disso, a tela é um arranjo simétrico de minúsculas aberturas quadradas cuja geometria, sob certas circunstâncias, interfere com a geometria da imagem reticulada sobre a tela.



O primeiro aspecto a considerar se refere à preparação do estêncil (parte da matriz formada pela emulsão revelada). Se a abertura da tela for muito estreita, ou o canal formado pelas aberturas entre fios muito longo (considerar a espessura do tecido mais a da emulsão), a tinta contida no conjunto tela/estêncil não irá transferir para o impresso na sua totalidade; isto cria uma falha de impressão que pode compor um efeito de moiré. A impressão serigráfica reticulada geralmente requer telas de 120 a 180 fios /cm. Esta seleção é guiada pela lineatura da retícula, pelo sistema da tinta ou ambos. Todas estas telas são disponíveis em três espessuras de fios. Contagens diferentes de tela geram impressos com diferenças quanto à espessura de tinta depositada, espalhamento da tinta e características do estêncil.
Vale a pena rever os fatores que afetam diretamente a qualidade da impressão no contexto da impressão reticulada.

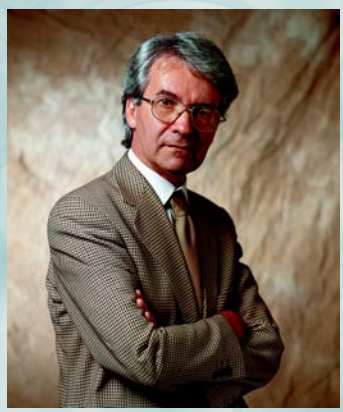
A rugosidade da superfície do estêncil é importantíssima. A nitidez da imagem é determinada pelo nível de contato entre a face inferior do estêncil e a do substrato. Se ela não for uniforme, o contato íntimo entre a superfície a imprimir e a do estêncil não poderá ser obtido, e a tinta irá se espalhar para além dos limites das bordas da imagem. Na imagem reticulada isto implica em pontos que perdem seu formato e tamanho originais, o que afeta em algum grau, o contraste da impressão. A quantidade da irregularidade na superfície do estêncil pode também ser causa de moiré.
Com as emulsões líquidas, é ne-

cessário primeiro selecionar o tipo de emulsão adequada. Já que hoje é possível avaliar a planicidade da superfície do estêncil com um instrumento chamado rugosímetro, alguns valores de Rz (nível de planicidade na face externa da matriz) podem ser sugeridos.
Deseja-se um valor baixo de Rz, considerando também que o valor zero não é aceitável. Tal planicidade produziria uma superfície tão lisa que causaria dificuldades na desmoldagem da impressão. Uma tela com maior porcentagem de área aberta (fios mais finos) produzirá um estêncil com menor Rz do que uma tela com pouca abertura, contando com o fato que quanto maior a abertura de malha maior será a espessura de emulsão sobre a tela (EOM = EST, Emulsão Sobre a Tela). Maior EST produz menor Rz, mas dificulta a passagem de tinta ou esta resseca na tela (base solvente). Uma menor espessura EST pode levar a maior Rz, então, a técnica de emulsionamento tem que ser ajustada.

Para impressão reticulada, a espessura recomendada de EST deve ficar ao redor de quatro a seis micras, mantendo o Rz entre três e oito micras. Para obtê-los, pode ser necessário emulsionar úmido sobre seco (secagem intermediária entre camadas) e se sugere fazer testes porque as condições gerais de exposição e revelação variam entre empresas (emulsionamento a mão x máquina, estilo da calha emulsionadora, etc). Além do procedimento para emulsionar, é preciso considerar o tipo e formulação da emulsão.
Deve-se prestar atenção a outros aspectos da pré-impressão tais como lineatura, ângulos de retícula, reprodução tonal, formatos e configuração do ponto. Telas de pequeno formato, alta tensão, rodo duro, impressão veloz, fazem resultados ótimos em impressões de CD, mas as dificuldades crescem sob um diferente conjunto de condições. Justifica-se imprimir um CD com lineatura 150 lpp (linhas por polegada), mas as condições para imprimir um cartaz de PDV não permitirão, não se justificaria o esforço. O impacto visual de uma imagem a 75 lpp pode satisfazer plenamente.
Há pelo menos mais dois aspectos a considerar antes de fazer a matriz: os ângulos das separações e a compressão da escala tonal. Alguns ângulos usados pela indústria offset produzem moiré se usados na serigrafia com cores mais contrastantes e quase sempre os ângulos de 90 e 45 graus provocam problemas com os encontros com os fios da tela. É mais econômico gerar o melhor ângulo na retícula do que fazer a esticagem da tela em ângulo. Vistos a seleção do tecido, lineatura e ângulo, é necessário garantir a ótima reprodução da escala tonal, ou valores tonais do original. Se o moiré ocorre, é geralmente mais freqüente nas áreas claras para médias da escala tonal da imagem. Como na impressão de traço, se a abertura do estêncil correspondente aos pontos é muito pequena, os fios podem criar obstrução à passagem da tinta. O impresso irá sofrer de falta de tinta. Pode ocorrer até que a tinta nem chegue a passar. Veja abaixo, indicações de inclinações de retículas (fotolito) que funcionam perfeitamente:

7° 52° 112° 172°

Bem, com o entendimento dos itens relacionados e algumas dicas como o uso de ângulos diferenciados é possível obter sucesso na reprodução de uma quadricromia. E claro, a questão do Rz e a compatibilidade da lineatura e a escolha do tecido.
E lembre-se a retícula mais fina não é necessariamente a que rende o melhor resultado. Escolha a lineatura em relação à distância de visualização ao impresso e evite um excessivo fora-contato na impressão.
Caso ainda tenha alguma dúvida, envie um e-mail para a redação da revista que eles saberão como encontrar suas respostas.



André Peyskens
Saati do Brasil

"Só tem moiré quem quer"

Nossa redação também entrevistou Marcelo Pires Serra, da MPS Graphics, que há anos tem tido contato com muitas empresas que fazem impressão de primeira qualidade e essas segundo ele, não tem problemas com moiré.
Ele diz que para evitar moiré na impressão os ângulos tradicionalmente usados para os fotolitos são Cyan (C) 15°, Magenta (M) 75°, Amarelo (Y) 0° e Preto (K) 45°; o que não impede o uso de ângulos diferentes, tais como C 22,5°, M 82,5° Y 7,5° e K 52,5°, entre outros ângulos que podem ser úteis para a gravação de telas. O amarelo pode ser usado com medidas diferentes das mencionadas, como 90°, 135°, etc. O importante é manter a diferença de 30° entre os filmes CMYK, para evitar o moiré na impressão. Hoje em dia, ele afirma que temos tecnologia suficiente para resolver esse e outros tipos de problema.
"A tendência do mercado é trabalhar com lineaturas finas, então, é necessário ter conceitos técnicos de trabalho. As empresas que não têm esse problema, trabalham com especificações. Aqueles que trabalham com mais técnica têm pouco ou nenhum problema com Moiré", diz.
Sua dica é que como muitas empresas têm problemas com uma ou duas cores na cromia, o custo não será tão alto para produzir as telas. Atualmente, 90% das produções de formato médio (até 100 x 0,90 cm) são possíveis de trabalhar com lineaturas finas.
Nem todos podem trabalhar com retículas estocásticas devido ao custo, mas é possível se trabalhar com as retículas tradicionais com bons resultados.
Como exemplo, Marcelo citou o Adalberto Mendes de Souza da Swisscreen, que não tem tido problemas com o moiré e tem feito impressões em várias lineaturas de 75 lpi a 150 lpi. "Não existe solução mágica, existe técnica", finaliza com firmeza.

Marcelo Pires Serra, MPS Graphics

Prospecções, Análises e Opiniões

Neste início de ano, houve muitas previsões. Analistas, Banco Central, executivos e empresários fizeram suas previsões baseadas na economia e no comportamento do mercado em 2003. A Revista Empresário Serigráfico não fez diferente, ouvimos opiniões, expectativas e análises. Isso tudo você confere agora.

A começar por uma multinacional que fornece insumos ao mercado da América Latina, a empresa americana de transfer, Tullis Russell Coaters, revelou com exclusividade a nossa redação que, embora o mercado, em especial o de Cerâmica, teve muitas dificuldades, a confiança do consumidor vem crescendo e a retomada é uma curva, agora, inevitável.
No Brasil, tanto o Banco Central quanto os profissionais ligados ao setor demonstram confiança no ano de 2004.
Segundo Dorival Moraes, da Videolar, expressiva empresa na área de optical media (CD´s e DVD´s), o mercado serigráfico está passando por uma fase de transição, marcada pela necessidade de reduzir gastos, aumentar a capacidade produtiva e desenvolver a qualidade através de pontos mais finos de impressão. "A tendência é a qualidade", completa.
A Agfa também está bem otimista e quem fala sobre o assunto é a especialista da empresa Tânia Serra, renomada profissional no setor impressão e pré-impressão. "Além do otimismo, existem outros fatores determinantes para no aquecimento da nossa economia, influenciando positivamente a área gráfica, como as eleições e a DRUPA (a maior feira da área, na Alemanha)".
A Agfa aposta em um mercado cada vez mais digital, onde os equipamentos, softwares, tintas e substratos perfazem uma solução completa para o cliente. "Chamamos isto de *one stop buy*, em um único fornecedor o cliente encontra solução e *know how*" comenta Tânia.
Neste ano a Agfa anunciou a aquisição de toda a organização e pessoal da Dotrix NV, uma empresa Belga que desenvolve, fabrica e vende soluções para impressão digital colorida.

Segundo a opinião do Professor Stephen Kanitz, consultor de empresas e articulista da Revista Veja, em uma palestra a respeito do mercado, o empresário tem que se profissionalizar.
Aliás, o tema Empreendedorismo deve ganhar maior espaço na mídia durante o ano de 2004 e, segundo alguns facilitadores do Sebrae, isso se dá devido ao crescimento desalinhado de muitas empresas cuja a base é proporcionada por ex-funcionários, hoje, donos de empresas.
Já o Banco Central ouviu mais de 100 instituições financeiras e estima que, em média, o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), taxa oficial da inflação terá um alta de 5,99% este ano, embora o mercado opine por uma baixa inflação. Também pode haver alta de 3,6% no PIB e queda de 13,5% na taxa básica Selic. Já os preços administrados pelo governo, como as tarifas de luz e telefone deverão subir 7%. Por isto fique atendo na hora de fazer os seus custos.
Marco Marcelino, diretor da nossa Revista, em recente palestra corporativa fala dos riscos a serem calculados e da necessidade de acreditar na principal atividade de suas próprias empresas. "Na serigrafia, um setor com tantos nichos diferenciados, é difícil fazer uma análise de conjuntura quando a economia mundial passa por uma grande instabilidade. Eu diria que apontar números implica numa grande dose de risco. Na minha opinião, 2004 será um ano marcado como o ano da retomada, mas apenas para as empresas que aplicarem algumas práticas como: calcular riscos, estabelecer metas e definir um planejamento de ações focando as necessidades econômicas de cada produto dentro da empresa. É preciso lembrar que 2003 foi um ano muito bom para quem agiu desta forma e para algumas empresa de serigrafia não ficarem com ciúmes, que eu cito o caso das Casas Bahia", comenta Marco Marcelino.

2004 - Uma caixa, mas não de surpresas!



Nós, da Adobe, esperamos de 2004, um ano melhor do que 2003 para os negócios gráficos. Primeiramente, pela economia brasileira começar a dar indícios de recuperação e podemos sentir isto pelo nível de preocupação das empresas gráficas em atualizar o seu parque de hardware e software. Sentimos que a quantidade de propostas têm aumentado significativamente nos revendedores o que demonstra um otimismo em relação ao mercado gráfico.
Apesar de não podermos divulgar dados numéricos sobre a evolução da Adobe no Brasil, pretendemos um crecimento mundial ao redor de 11% e acreditamos que o Brasil poderá superar esta meta. Nossos recentes lançamentos específicos para a área gráfica como o produto Creative Suite Standard e Premium, todas as novas versões de produtos como o Photoshop CS, o Illustrator CS e o InDesign CS e o mais recente anuncio do InDesign CS Pagemaker Edition vão garantir um 2004 cheio de atividades.

Nilson Martinho,
Executivo de Negócios da Adobe

Artigo

Moiré Wars:
A Ameaça Fantasma



Eu gosto de definições, então lá vai: assombração é aquilo que te deixa com medo, não se sabe de onde, porquê ou como vem, mas está presente, espreitando. Depois de muito tempo vivendo na casa assombrada, vem a constatação, "continuo vivo" e deixamos o suspense de lado. A partir daí, se ignoram os fastasmas e abre a casa para visitação turística.

No caso do moiré, a visitação turística só interessa aos turistas, aos demais tentamos esconder sob um lençol, esperando que ele não fique evidente.

Caça-fantasmas de plantão oferecerão soluções miraculosas e tem que seguir todos os passos, senão não funciona e a responsabilidade volta para o colo da vítima assombrada. Se resolver, tudo bem; mas o problema é que se torna muito difícil compreender e dominar a lógica de funcionamento. Eu chamo de miraculoso todo procedimento que vem desacompanhado de fundamentos técnicos que justificam cada passo.

Eu não tenho nada contra aproveitar as dicas publicadas por pessoas que também sofreram com o problema e querem compartilhar suas experiências bem sucedidas. Meu assunto é outro, quando se adotam procedimentos desacompanhados da compreensão do processo, se torna difícil compreender e dominar a lógica de funcionamento e é nesse ponto que se descobre com desgosto que uma hora funciona e outra não.

Quem divulgou a solução, utilizou toda uma configuração na produção que atende a sua necessidade específica ou a condições específicas que não são as mesmas de quem leu a dica (contagem da tela, tensão, emulsionamento, retícula, limites tonais, etc.). Aí o que funciona para uns, não necessariamente funciona para outros porque muitas coisas podem variar e variam na prática e o pior caso é quando funciona às vezes.

Temos que entender o fenômeno e a sua interação no processo de impressão. Tem coisas que são gerais para a técnica serigráfica e outras que são particulares de um processo específico. Num artigo de revista, encontramos os princípios básicos que serão válidos desde que observados os caso particulares. Não preciso ficar repassando a importância de padronizar os referidos casos particulares, não é?

Moiré não existe sem retícula, é uma figura formada pela interferência entre duas ou mais retículas. É um efeito visual que depende da característica de contraste entre a cor da primeira e da segunda retícula e da cor do fundo. Varia de intensidade conforme os ângulos entre elas. Retícula significa pequena rede, indicando algo subdividido em muitas partes individuais. A reticulação física da tinta ocorre durante a impressão, como forma de distribuição e dosagem da própria sobre o impresso. A tela garante uma camada uniforme da tinta impressa, através do corte da massa de tinta em micro fatias correspondentes a cada espaço entre os fios. Esta ação de corte já é uma reticulação da tinta. A tensão dos fios interfere diretamente na forma como a tinta é cortada. Se duas retículas uniformes podem formar moiré, então a superposição de qualquer retícula com uma retícula não-uniforme irão formar moiré SEMPRE. A impressão está ligada a retículas, mesmo se a imagem não for reticulada. Se ela for, novas superposições de retículas terão de ser controladas.

Para reproduzir diferentes intensidades de uma cor, utilizamos a reticulação da imagem para que a cor se misture com o branco de fundo. Para que este aspecto seja mais realista, utilizamos a retícula mais fina que permita ao olho não distinguir os pontos individuais, na distância de visualização designada. Esta finalidade da reticulação da imagem difere em objetivo da outra reticulação mencionada - a reticulação da tinta que ocorre durante a impressão. Temos que ter cuidados adicionais por causa do processo de reticulação da tinta, que multiplica a possibilidade de surgirem figuras de interferência.

Todas as diferentes combinações de área aberta de tela, comportamentos de tinta, formas de aplicar o rodo, tensão da tela, fora-contato, e outros parâmetros irão contribuir na reticulação da tinta e contribuir no potencial de formação de moiré na impressão.

A seleção dos formatos de ponto, freqüência, limites tonais nesta reticulação da imagem tem que contemplar o que estiver padronizado das combinações ou configuração dos parâmetros da impressão.

Os ângulos de retícula da imagem com maior potencial de interferência são de 45° e 90° em relação aos fios do tecido.

O potencial devido à direção de passagem do rodo pode ocorrer e tem de levar em consideração também o comportamento da tinta, que deve ser determinado conforme a configuração de produção.

O potencial de interferência devido ao estêncil é combatido com a aplicação de uma boa tecnologia de produção de matrizes, com instrumentação e controle e padronização. Geralmente, os melhores resultados dependem do apuro técnico, a menor espessura de emulsão combinada com a maior planicidade do estêncil (o menor Rz).

Não existe controle possível sobre o que é intangível.

Ary Luiz Bom – ary@empresarioserigrafico.com.br
CAT - Consultoria em sistemas de impressão e cor

Artigo



No início do ano, a Dubuit do Brasil, empresa fabricante de máquinas, sediada em Guarulhos, SP, lançou a ADISCA, uma compacta impressora de CD até quatro cores com grande potencial de mercado para empresas que pretendem explorar os mercados de CDR e CDRW decorativos. O equipamento é bastante rápido e produz impressão das quatro cores em CD em sete segundos. Em termos de Setup, a Adisca se destaca pela praticidade de encaixe das telas a partir de um sistema de imã e pinos em forma de gabarito.

O equipamento que foi desenhado para impressão com tintas ultravioleta e dispõem de um forno UV com lâmpada de duas polegadas de tamanho. Segundo técnicos da empresa, o forno UV cura 25 metros por minuto tendo como base a lâmpada de 300 watts por polegada (potência).

O equipamento que já vem com rodos de tripla dureza de origem francesa (Serilor) e produz cerca de 450 peças por hora já teve sua primeira unidade vendida, mas o nome da empresa compradora ainda não foi divulgado. Segundo informações, é um equipamento que custa cerca de R$ 150.000,00 sem os impostos.

Ao comprar o equipamento, o cliente já recebe 20 telas e um equipamento para agilizar o processo de registros das telas em fase de pré-gravação.

A Dubuit do Brasil também anunciou com exclusividade para a redação da Revista Empresário Serigráfico a formação de uma nova estrutura para a produção de impressoras serigráficas planas e fornos UV com a técnica do espelho frio (uma grande novidade mundial para o mercado de serigrafia). Segundo Phelippe Ayala, gerente de vendas da América Latina, os primeiros equipamentos já estarão prontos no próximo mês. "Nós temos tradição, tecnologia e infra-estrutura para desenvolver novos modelos de equipamentos que atendam às necessidades das empresas de serigrafia que produzem hoje banners, displays, adesivos e outros materiais". Informações: 11 6480 4699.





NEILSON ELOY

Esticagem e Colagem

São vários os fatores que implicam no tensionamento e colagem de uma tela. O ***quadro***, a ***cola***, o ***tecido***, o ***sistema*** e a ***técnica*** que serão aplicados conforme as condições oferecidas. O quadro (ou moldura) deve ser projetado para atender às necessidades a que se propõe com certa resistência, para suportar o esticamento e o esforço em que é submetido durante a impressão. Ele deve ter superfícies planas com ranhuras apenas no lado onde será aplicada a cola, para que ela tenha aderência.

O perfil e a espessura da parede do quadro são fatores importantes que influenciam na sua resistência, dependendo do tamanho e da tensão, o quadro deve ter reforço interno que a aumenta consideravelmente.

Mesmo se for novo, o quadro deve ser inspecionado antes do esticamento e sempre que necessário, corrija as imperfeições que podem provocar rebarbas, cantos vivos, cortes e outros problemas.

Os quadros devem ser lixados com lixa grossa e finalizados com lixa fina para melhor acabamento. A vida útil da tela também depende das boas condições do quadro.

As empresas que terceirizam esse serviço devem ficar atentas com a qualidade no esticamento das telas. Lembre-se que ela não se resume apenas a colocar o tecido sobre um moldura e aplicar cola, existem técnicas de esticamento e colagem. Infelizmente, nem todos estão aptos a fazer essas tarefas.

É conveniente que o prestador que receber um quadro inadequado, informe ao cliente as condições e as conseqüências. Então, o cliente deverá enviar outro quadro e inutilizar aquele que, certamente, seria fonte de problemas.

É importante que a cola tenha secagem rápida e altíssima resistência, não só à alta tensão aplicada ao tecido, mas também aos químicos que são usados no processo de recuperação e gravação.

Nem todo tecido é capaz de suportar altas tensões e proporcionar boa estabilidade, é necessário usar tecidos específicos. Sua tensão depende da lineatura, espessura do fio, tipo do tecido, tamanho do quadro, sistema utilizado (pneumático proporciona um melhor resultado).

Para medir o esticamento, o tensiômetro é indispensável. Ele deve ser usado durante todo o processo de esticagem em todos os pontos da tela para evitar desigualdades.

COMO PERDER O MEDO DE NÃO CONSEGUIR PAGAR AS CONTAS

Muitos empresários não recorrem a empréstimos por medo de não conseguirem honrar os compromissos. Porém, investem tempo, dinheiro, esforços e seus recursos na empresa para poder viver com dignidade, manter suas famílias, ter algum conforto, aproveitar oportunidades e, principalmente, realizar um sonho! Muitas vezes, esse medo de não conseguir pagar as contas está atrelado ao... medo do desconhecido.

Se você perguntar a alguns desses empresários sobre custos, lucros ou até o faturamento dos últimos tempos vai se surpreender, pois muitos não têm a resposta correta.

Há empresários que, pelo que parece, não têm o controle de seus negócios, não sabem com exatidão o que acontece com seu dinheiro. Empresários que não conseguem responder a esse tipo de questão não observaram que um de seus maiores desafios é a administração dos recursos financeiros. São aqueles que vivem apagando incêndio, os "empresários-bombeiros". E como não haver incêndio com essa situação de mudanças rápidas, concorrência forte, apagões, sindicatos agressivos e outras pressões?

A receita é dominar as informações importantes da empresa, conhecendo a situação, o ambiente em que ela está (concorrentes, fornecedores, empregados, clientes, governo, etc.). Eles podem dizer que mesmo assim acontecem alguns focos de incêndio. Só que estes não vão mais passar o dia todo combatendo fogo. Vão dedicar algumas horas da semana ao planejamento e ao controle da empresa ao que não dá para delegar. E se soar o alarme de incêndio, vão despejar um balde d'água e, logo depois, voltar ao planejamento e ao controle. Parece tranqüilo, mas não é. Também não é tão difícil assim.

É preciso vontade, método e algum conhecimento de finanças, o que qualquer um com uma calculadora simples consegue.

O que todo empresário deve conhecer de finanças, independente do porte e ramo da empresa, pode ser sintetizado em custos, preço de venda, ponto de equilíbrio (nível mínimo para pagar os custos e ter lucro), capital de giro e fluxo de caixa.

Conhecendo a situação financeira, os empresários podem planejar compras, estoques, marketing, vendas, pagamentos, recebimentos, salários, etc.

Vão entender que só controla quem tem planejamento e que ele é mais eficaz quando se baseia em controles mais confiáveis.

Depois de estudar detalhadamente a situação financeira do negócio, se vale a pena um financiamento, como pagar, qual o prazo necessário, o retorno esperado, etc., eles perdem o medo de não conseguirem pagar as contas. Podem recorrer a empréstimos.

Risco? Sim, continua a existir. Só que risco é calculado. Afinal, não há negócio sem risco. Isso é um jogo, e ninguém entra em jogo para perder. Todavia, se jogos têm vencedores, também têm perdedores. O que será que esses empresários querem ganhar ou perder? Não é assim tão difícil ou tão fácil. Aliás, se fosse fácil, qualquer um poderia ser empresário...

Ricardo Leão Ajzenberg **-** Consultor Econômico-Financeiro em Organização de Empresas: leao_azb@hotmail.com

Insólito Argumento

É inconsistente à luz da lógica e da realidade das empresas, o extraordinário argumento do governo de que o item relativo a Cofins (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social) da medida provisória editada em 31 de outubro de 2003, não aumentará a carga tributária, pois extingue o caráter cumulativo do tributo (cobrado hoje em cada fase das cadeias produtivas). Setores intensivos em mão-de-obra, como de serviços, serão mais onerados pela nova sistemática de cobrança porque utilizam pouco ou nenhum insumo e, portanto, não têm muito que abater nas etapas anteriores da produção. O mesmo raciocínio aplica-se às pequenas e microempresas de outros segmentos, que compram pouca matéria-prima.

É preciso entender que o impacto sobre a pequena e microempresa é sempre significativo, inclusive no tocante à questão social, pois elas representam metade dos empregos de toda a economia.

Segundo estudo da empresa Consultores Associados RN, de Brasília, a nova alíquota única da Cofins que de fato corresponderia à atual cobrança em cascata do imposto na cadeia da impressão de livros, por exemplo, seria de 5,4% e não de 7,6%, como consta da medida provisória. No item "Edição e impressão de outros produtos gráficos" a alíquota certa seria de 6,99% e "Outros serviços gráficos", de 6,42%. O mesmo estudo demonstra que a alíquota média nacional para todos os setores deveria ser de 6,1%. Ou seja, o índice de 7,6% representará, mesmo, aumento de impostos (R$ 16 bilhões/ano, segundo a consultoria).

Há outro item da medida provisória que representa impacto adicional que é o início de incidência da Cofins também sobre os insumos importados.

A reação em cadeia de todos os setores é outro indicador de que a medida provisória onera a produção. Ora, ninguém teria a insanidade de reclamar de uma redução do imposto, num momento em que as empresas brasileiras, mais do que nunca, precisam de grande dose de competitividade para enfrentar a globalização, a Alca e as crescentes dificuldades do próprio mercado interno. Negligenciar a voz do mercado sobre medidas adotadas a muita distância do chão de fábrica é quase um desrespeito à inteligência de quem produz, gerencia empresas e conhece o destino e o impacto de cada centavo relativo ao custeio.

Diante da posição adotada pelo governo sobre não rever o conteúdo da matéria em hipótese alguma, resta esperar a prevalência do bom senso no Congresso Nacional. Caso contrário, em Fevereiro, quando a medida entrará em vigor, grande parte das empresas arcará com aumento muito expressivo no recolhimento da Cofins. É mais uma transferência ao Estado de dinheiro que poderia ser aplicado na produção e geração de empregos, os mais eficientes meios universais de inclusão de pessoas nos benefícios da economia. Diante disso, qualquer imposto adjetivado com o termo social sempre terá um quê de ironia.

Mário César de Camargo, presidente da Abigraf-SP
www.abigraf.org.br

Imprinted Sportwear Show

Neste mês de Janeiro, a Agabê, importante grupo empresarial brasileiro, participou na 26ª edição da ISS 2004 (Imprinted Sportwear Show), uma feira itinerante especializada na indústria têxtil. A primeira edição de 2004 da feira foi realizada em Long Beach (Califórnia), e reuniu os melhores trabalhos do setor, além de mostrar um bom evento para atualizar os conceitos frente aos acontecimentos do cenário mundial.

A Agabê esteve divulgando seus produtos para um público proveniente de toda a costa oeste americana, México e Extremo Oriente e segundo Tarsis Bianchinni, teve um grande sucesso apresentando sua linha de emulsões. "Houve bastante procura pela Unifilm ACQ para a impressão de detalhes finos com plastisol ou tintas a base de água. Outro produto de grande aceitação, foi a Unifilm 3D para impressões em alto relevo, o que é uma tendência na moda internacional," conclui o empresário. Em Fevereiro, a empresa também esteve participando da Image Wear Expo 2004, em Orlando (Flórida). Parabéns aos empreendedores da Agabê!



I Feira de Etiquetas e Rótulos da América Latina

Há alguns anos, um setor se desprendeu da feira Internacional Drupa e foi lançar versão devido ao crescimento, foi assim que se iniciou a Label Expo. Agora, foi lançada a Label Expo Latinoamerica – Feira Internacional de Etiquetas Adesivas, para atender a parcela do mercado latino-americano, que possui o maior potencial do mundo.

Ela acontecerá no Mart Center, em São Paulo, capital, entre os dias 09 e 12 de Março. A feira irá abordar toda a cadeia produtiva, desde insumos básicos até a produção final.

Couromoda Se Transforma em Feira de Bons Negócios

A 31ª edição da Couromoda aconteceu em São Paulo, entre os dias 13 a 16 de Janeiro, alcançou a marca de 915 empresas expositoras de 15 estados. Essa é a feira mais importante da América Latina.

Ela recebeu 55 mil visitantes de todo o país, além de pessoas de 65 países, principalmente Bolívia, Chile, Venezuela, Espanha, Uruguai, Portugal, Itália, Israel e outros. Foram movimentados R$ 4 bilhões, mas o mercado pode movimentar mais R$ 6 bilhões. Os expositores investiram cerca de R$ 30 milhões neste ano. A próxima edição, em 2005, já está marcada entre os dias 12 a 15 de janeiro. Informações: www.couromoda.com.br

E Agora, José?

O Instituto Empreender Endeavor, uma ONG não-governamental sem fins lucrativos que tem como missão gerar empregos e rendas aos pequenos empreendedores, realizou, em São Paulo, a 7ª Conferência Endeavor / Anprotec com o tema "E Agora, José? – Lições, exemplos, conselhos e inspiração para empreendedores que fazem acontecer", junto com a Anprotec, Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas, uma entidade que oferece eventos nacionais e internacionais, cursos e prêmios a empresas em crescimento.

Esse evento foi realizado para promover o encontro dos pequenos com os grandes empresários, para dar dicas de empreendedorismo e falar sobre as dificuldades por trás do sucesso.

Segundo um dos palestrantes, Artur Grynbaum, vice-presidente executivo do O Boticário, "Esse encontro serve para mostrar aos pequenos empreendedores que eles são o futuro do país e que as empresas podem crescer nesse cenário". Ele afirmou, também, que existem casos que podem ser contornados de maneira fácil se houver competência. O Boticário é uma empresa que está em franco crescimento e utiliza a técnica serigráfica para impressão de muitos frascos, além claro, de outros materiais promocionais que fazem parte das campanhas.

www.endeavor.org.br


Artur Grynbaum, vice-presidente executivo do O Boticário

Serigrafia.org



Palco de muitas Discussões

O grupo de discussão Serigrafia.org, idealizado pela Revista Empresário Serigráfico e coordenado pelo executivo Fernando Matias da Infertec, tem gerado muitas negociações e, de quebra, boas discuções. O grupo tornou-se palco de busca de informações para centenas de profissionais. Segundo dados dos idealizadores, o grupo deverá atingir o maior grupo de discusão mundial sobre serigrafia ainda no primeiro semestre deste ano. E para que você faça parte dessa nova ferramenta de comunicação, fizemos nesta edição um apanhado do que rola nos e-mails dos profissionais cadastrados. Como diz Pedro Bial: "Vamos dar uma espiadinha".

Fotolitos para Grandes Formatos

Acho que fotolitos digitais para grandes formatos são uma boa solução. O que acham?
Leonardo Silva - jleonardosb@hotmail.com

Se você está pensando em impressão colorida para pequenas tiragens ou impressão de banners com dados variáveis, é uma boa solução. Caso queira imprimir fotolitos, não é. Eu recebi um fotolito feito com estas características para análise e os resultados foram ruins. A densidade é muito baixa e ganho de ponto, que não deve existir em fotolito, é muito alto.
Marcelo Serra - mps@embranet.com.br

Tive uma surpresa ao receber as provas desse fotolito. Ficaram muito boas. Estou com uma máquina aqui.
Leonardo - jleonardosb@hotmail.com

Eu já tive contato com este tipo de filme como informei, o problema é a qualidade, comparando com o filme tradicional ele não apresenta qualidade suficiente para a impressão de um bom trabalho. Peça para o técnico medir a densidade, descontando o material com um densitômetro de transmissão e os valores das retículas nos pontos conhecidos, se a densidade for menor que 3,0 você pode ter problemas na gravação das retículas, se a retícula do filme não for a mesma do arquivo o problema será nas cores da imagem para uma cromia. A medição que eu fiz de um fotolito feito desta maneira foi há, mais ou menos, três anos, duvido que neste período tenha aparecido uma tinta para impressoras com densidades maiores que 2,5. Quando eu fiz a medição o valor encontrado na densidade foi 1,8 e o ganho de ponto médio foi de 25%. Cuidado na compra destes equipamentos, o barato pode sair caro.
Marcelo Serra

Você acertou a densidade está muito boa e a tinta que estou usando faz esse material ficar bom. Posso mandar, caso tenha interesse. A técnica é tirar o máximo da máquina. O barato saiu barato e lucrativo.
Leonardo Silva

Vocês estão falando sobre fotolito em impressora inkjet? Se for, esta é uma dúvida que tenho e gostaria de saber se funciona mesmo. O que escuto é que não tem muita qualidade e não tem registro. Qual é o limite para o uso desses fotolitos?
Clair - trama@cefetleo.com.br

Tenho uma empresa de fotolitos para serigrafia e ainda faço minhas gigantografias no modo tradicional: tirando negativo menor e ampliando o positivo final.
Só que o filme convencional está saindo muito caro e não dá para concorrer com as plotters. Fui obrigado a comprar uma HP 1055 que tira clear-film (não sei a aceitação deste material no mercado e nem sei se realmente fiz um bom negócio, mas não tive outra alternativa, não conseguiria preço para concorrer com meu maior concorrente).
Robson Menezes Fontes - qualitystudio@uol.com.br

O que posso dizer a respeito é que, normalmente, a análise dos equipamentos digitais tem se limitado à verificação de sua densidade, porém quando se trabalha com o uso de retículas, que é o nosso caso, temos também que verificar se a resolução de impressão é adequada à linhagem que usamos a fim de se conseguir uma gama tonal satisfatória. Não se pode dizer que o equipamento digital é bom ou ruim, tudo vai depender da aplicação que você der para ele.
Alex Polastro - Midgraf Bureau – 11 3088 4468.

A briga sobre filmes de prata x filmes inkjet só será ganha pelos grandes fabricantes mundiais de equipamentos e insumos. O filme para serigrafia tem que conter: linearidade na reprodução reticulada; densidade de 3,5 no centro do ponto; acutância melhor que três micras (pode ser visto como dureza do ponto) e retícula conforme especificada pelo cliente. Se conseguir tudo isto, não importa a

tecnologia que gerou o filme, ele provavelmente estará excelente. O filme de prata ampliado e revelado em banheira, dificilmente chega nestas características. E as transparências baratinhas com tinta comum de inkjet e sem utilizar um RIP decente idem, não chegam nos resultados. Dito isto, quero observar que ao usuário importa a qualidade final e não a tecnologia que foi utilizada para chegar lá. Quanto ao preço, se chegou em resultado satisfatório, parabéns, caso contrário o barato sai caro (e, por vezes, o caro também sai caro). A propósito, qualidade não é excelência; qualidade é entregar o que foi vendido.
Ary Luiz Bon - Consultor

Espectrofotômetro

Alguém pode indicar um espectrofotômetro bom e barato? Preciso, também, de misturador de tinta UV para misturas em potes de 1,0, 5,0, 10,0 e 20,0 kg.
Jenival Vieira - Seal Screen Serigrafia
adm@sealscreen.com.br

Quem representa a Ihara é a ITG. O equipamento que você viu é o Spectrocam, estava funcionando com o software CompassProfile para gerar perfis ICC. Para misturas de tintas, o mesmo espectrofotômetro deve ser utilizado com os softwares EasyMatch ou EasyQC. O preço do conjunto com o EasyQC deve ficar abaixo dos outros espectrofotômetros do mercado, só que você tem que usar sempre plugado no computador, na porta serial. O telefone da ITG é 11 3271 0158
Ary Luiz Bon - Consultor

Você encontra espectrofotômetros com duas características: os que trabalham ligados ao micro, mais baratos; e os portáteis, que são usados diretamente na produção. Eu indico o X-Rite Digital Swatchbook, o Gretag Spectrolino e Eye-One. O X-Rite vem com um software básico para interpretação de cores mais completo, para os outros modelos indicados o programa mais completo deve ser adquirido separadamente.
E os modelos X-Rite linha 500 espectrodensitômetro, no seu caso o 520 é o mínimo necessário para colorimetria, ele tem funções de densitometria e colorimetria e pode ser atualizado para o 528 ou 530, dependendo da sua necessidade; Gretag SpectroEye, como o 520 ele tem funções de colorimetria e densitometria, pode ser atualizado em suas funções de colorimetria e densitometria, diferente do X-Rite, ele pode ser atualizado por função extra ou por pacote de funções. Ambos os modelos podem ser conectados ao micro para trabalhar com outros programas de controle de cor, inclusive para perfil ICC.
Marcelo P. Serra

A Ihara tem instrumentos mais em conta, sim. Entretanto, acho que antes de falar em preços, é interessante saber o que você vai medir. Os espectrofotômetros medem cor e por isso são necessários na preparação de cores especiais de mistura de tintas e na pré-impressão gráfica (permitindo compensar filmes para as cores das tintas a utilizar antes de preparar separações). Por outro lado, há um conceito enganoso no mercado de que se possa controlar a impressão usando este tipo de instrumento. Para controlar a impressão, o instrumento a empregar é o densitômetro, mais barato do que o espectrofotômetro e específico para medir ganhos de ponto e outras funções. Para mais informação, veja o site http://www.itgcom.com, e faça um download da apostila de densitometria.
Ary Luiz Bon - Consultor

Escala RGB

Trabalho em uma empresa em Santa Cruz do Sul - RS, especializada em impressão de outdoor.
Atualmente, trabalhamos com escala CMYK e estamos interessados em implantar a escala RGB de três cores, mas não disponho de informações sobre o processo de impressão. Minha região é muito debilitada de profissionais ligadas à serigrafia, existem muitos picaretas que acabam desvalorizando o trabalho sério que levamos.
Caso alguém tenha informações ou sites sobre o assunto peço que me envie para que eu possa tirar minhas dúvidas.
Fabiano Inácio Fritsch
compras@veja-outdoor.com.br

Fazer separações de cores diferentes de CMYK é possível, mas utilizar tintas nas cores R, G e B não é a melhor solução. As empresas que fazem isso, selecionam primeiro as cores dominantes da imagem e depois complementam, o que resulta muitas vezes, num maior número de cores a imprimir (por exemplo, quatro, cinco ou seis cores). Embora seja possível fazer no Photoshop, usar um software específico dá muito menos trabalho a um certo preço. Minha recomendação é você entrar em contato com quem já tem experiência neste tipo de separações fazendo esse tipo de serviço.
Ary Luiz Bon

Como podemos ver o grupo tem conteúdo e mais, temos especialistas de grande destaque, como o Ary. Na opinião da Revista, ele é, sem dúvida, o mais completo consultor em toda a América Latina e apto a discutir questões em âmbitos básicos, intermediários e avançados. Parabéns, Ary, em nome de toda a nossa equipe da Revista Empresário Serigráfico!

Para fazer parte do grupo de discusão da serigrafia, envie um e-mail para info@serigrafia.org iremos lhe enviar um link para o cadastramento.





Nova Impressora Digital Industrial

A Corjet é o novo lançamento da Scitex Vision, representada no Brasil pela paulista Alphaprint, ela é uma impressora especializada na produção de materiais para Ponto-de-Venda e indicada para empresas de embalagem, corrugados, promocionais e displays. A CorJet mede 2,44 m x 3,20 m x 15,87 m e imprime imagens com medidas acima de 1,50 m x 2,80 m. Possui software incluso e não trabalha com chapas, nem filmes, a imagem sai direto na peça. Imprime imagens com até 600 dpi e de larguras até 1,5 cm. Dentre outras característica do equipamento, podemos destacar de que não agride o meio ambiente e trabalha com tintas a base de água e UV. Possui um secador exclusivo para a secagem e é manuseada por apenas um operador. Segundo a empresa, já existem 20 equipamentos instalados no mundo e seu custo depende da configuração, mas é de aproximadamente US$ 800.000,00. A Alphaprint financia de diversas formas. Informações: www.alphaprint.com.br

Vutek Apresenta Impressoras Premiadas na PMA 2004



A Vutek, empresa internacional de equipamentos de formato digital, esteve exibindo o Prêmio de Alta Qualidade em Impressões de Grande Formato e o ColorBurst na PMA 2004, que acontecerá entre 12 e 15 de Fevereiro, em Las Vegas, EUA. As impressoras PressVu UV 180/600 EC, com alimentador Sheet Feeder 180, UltraVu 2600 EC e a UltraVU 3360 também estarão em exibição, essas impressoras são conhecidas no mercado por trabalharem com detalhes na impressão. Informações: www.vutek.com

Mais uma Empresa se Prepara para a Gigantografia

A Symmetros, especializada em comunicação visual, anunciou ao mercado a compra da impressora Jet-I, com 3,20 m de largura de impressão, para peças de grande formato. Segundo a representante do equipamento no país, a Sign Supply, trata-se de um equipamento com 12 cabeças Spectra, que imprime 2 m/seg e possibilita a impressão de rolos simultâneos com opção de quatro ou seis cores. A empresa não revelou os valores de investimentos para a compra do equipamento. Informações: www.signsupply.com.br

Multi Signs Inicia Parceria com a Empresa Chinesa



A Multi Signs, empresa com filiais em seis cidades do Brasil, anunciou ao mercado uma parceria para a distribuição das máquinas da empresa Infiniti, chinesa especializada em impressoras serigráficas.
Após um bom resultado com as impressoras DGI, a empresa ampliou sua carta de distribuição. A Multi Signs tem a disposição sete modelos, a base de óleo ou solvente, com oito cabeças Xaar ou quatro cabeças Spectra.
Também oferecem assistência técnica e peças em estoque para manutenção.
Um dos modelos mais é a Infiniti FY 6250 SL.
Informações: www.multisigns.com.br

Após 18 anos, Digigraf encerra Venda de Mesas Digitalizadoras

A Digigraf encerrou as vendas desse produto devido ao baixo volume de vendas nos últimos meses. Quando a empresa foi criada em 1985, chegava a vender mais de 800 mesas digitalizadoras por ano. Ainda ela oferece esses mesmos materiais que desbancaram as mesas. Alguns são scanners desde o formato A-4 até A-0. Informações: 11 5585 5537.

Nova Impressora Multi-Função

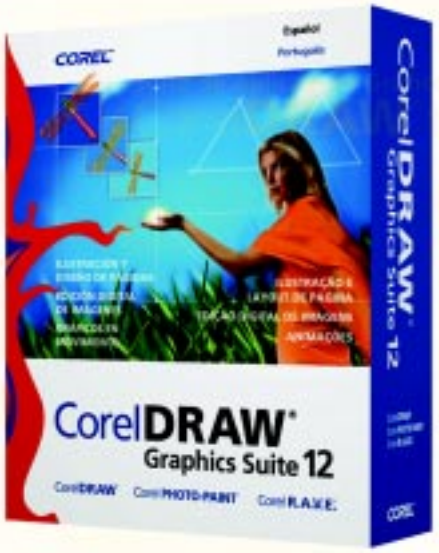
A Epson lançou a CX 5400, uma impressora jato de tinta com a tinta DuraBrite, resistente a água e a luz por mais de 70 anos e com cartuchos independentes e resolução de 5.760 pontos por polegada (dpi), um scanner CCD de mesa colorido com capacidade de restaurar fotos e negativos, com resolução de 1.200 x 2.400 dpi e uma copiadora com velocidade de 15 cópias por minuto em preto e cinco por minuto, coloridas que podem ser usadas sem o computador, apenas como copiadora convencional. Tudo em um equipamento só. Ainda, possui interface USB (Universal Serial Bus) compatíveis com PC e Mac. O preço sugerido é de R$ 1.199,00 que pode ser dividido em até 10 vezes. Informações: www.epson.com.br

Jaguar: A Nova Cortadora de Vinil

A Akad está trazendo para o mercado brasileiro a nova cortadora de vinil, da empresa GCC, no formato útil de 1.016 mm. O preço sugerido é US$ 4.698,00. Possui força de corte de até 600 gr e pode alcançar 1.530 mm/s. A cortadora trabalha com vários materiais.
Como promoção de lançamento, durante os meses de Janeiro e Fevereiro, a empresa estará fornecendo o software Sign Pal Apprentice. A ferramenta possui ferramentas de criação de layout, edição de texto e desenhos e outros.
É possível, ainda, pedir demonstração.
Informações: www.akad.com.br

Digital

CorelDRAW 12 Chega ao Mercado



Falar do setor gráfico sem falar de softwares gráficos, como o Corel Draw, por exemplo, é o mesmo que falarmos de lanches sem falarmos de hambúrgueres.

Um dos mais populares aplicativos que certamente contribui no sucesso e crescimento de muitas empresas que passaram a criar imagens computadorizadas, chega a sua versão 12 com novidades que prometem ser viáveis para toda e qualquer empresa, inclusive economicamente.
O primeiro destaque é a preocupação da Corel em colocar no mercado uma versão que proporcione maior agilidade no processo de criação e tratamento de imagem, gerando arquivos com tamanhos compactos para facilitar o manuseio dos arquivos.
O CorelDRAW 12 é, na realidade, um pacote de aplicativos que reune vantagens e um excelente custo-benefício, que, sem dúvida, levará a empresa a atingir os seus objetivos de crescimento, cuja a taxa é estimada em 20%, segundo o responsável pela empresa no Brasil, Pedro Fontes. O programa permite um trabalho duas vezes mais rápido do que a versão anterior.

Os Benefícios da Nova Versão

Para garantir que os usuários consigam utilizar a Suíte, conjunto de programas que vêm no pacote junto com a versão 12, com maior proveito, o software inclui um CD de treinamento, disponível somente na versão em Inglês. São mais de duas horas de conteúdo de vídeo, que ensina a usar as ferramentas, e explorar tudo o que o software oferece.
Ela inclui os programas Corel Photo-Paint 12, para tratamento e criação de imagens digitais, o Corel R.A.V.E, para animações gráficas, o Corel Trace para conversão de imagens Bitmap em imagens Vetoriais e, finalmente, o Corel Capture 12, para a captura de tela.
Além disso, a Suíte de aplicativos também oferece uma compatibilidade entre arquivos de outros sotwares como os do pacote Adobe, AutoCAD, Kodak Digital Science e o QuickTime 6.0 Player, que inclui 10 mil imagens clipart profissionais, 1.000 fontes True Type, fontes 1 e 1.000 fotos e objetos para serem adicionados à caixa de ferramentas. O que representa uma grande economia em legabilidade de fontes e uso de imagens Royalty-Free.



Conceito de Ferramentas Dinâmicas

A versão 12 também possui ferramentas inteligentes que geram maior facilidade em design como o Desenho Inteligente, aplicativo que reconhece automaticamente formas inteligentes enquanto você desenha, o que minimiza o número de etapas para a criação de conteúdos gráficos.
Já com o Recurso de Esboço é possível criar um esboço de um desenho ou um layout. Ele oferece a possibilidade de corrigir as imperfeições, deixando desnecessária a revisão do trabalho.
A Corel lançou apenas nesta versão a nova feramenta de Guias Dinâmicas, que oferece níveis de controle para criar formas e ativá-las temporariamente, sem que se tenha que desenhar a mesma forma novamente.
Segundo, Ricardo Pereira, gerente de produto da Corel Brasil, a versão 12 traz novos conceitos também em recursos de pré-impressão. “Há muita tecnologia, traduzida de forma simples para que os usuários tirem maior proveito da Suite, no dia-a-dia”, comenta.
A nova versão também gerencia fontes de maneira inteligente, carregando as necessárias para a abertura de um arquivo que você eventualmente receba de um cliente.

Esse pacote está disponível apenas para usuários da plataforma Windows. A versão completa custa R$ 1.499,00 e a versão de atualização de pacotes anteriores, R$ 799,00, ambos com facilidades de pagamento oferecidos pela Corel. Quem comprar a versão 11 ainda no mês de Fevereiro terá acesso gratuito a atualização da versão 12. Vale lembrar que na loja Kalunga, um dos canais de venda da Corel, a versão 11 está sendo comercializada em 10 vezes, sem juros.
O site www.corel.com.br, que volta a quem é de direito, está repleto de benefícios. Também pode-se entrar em contato através do 0800 891 8661.